

Содержание

Джанфранко Марроне. Вступление. Пер. А. Ямпольской	9
Феноменология Майка Буонджорно. Пер. А. Ямпольской	15
Случайность и сюжет. Телевидение и эстетика. Пер. А. Шурбелева	24
Музыка, радио и телевидение. Пер. А. Ямпольской	56
Заметки о телевидении. Пер. А. Ямпольской	67
Заметки о семиологическом исследовании телевизионного сообщения. Пер. А. Ямпольской	122
О семиологической герилье. Пер. А. Ямпольской	151
Cogito interuptus. Пер. Я. Арьковой	164
Чего мы не знаем о телевизионной рекламе. Пер. И. Боченковой . . .	190
Заметки для музея радио и телевидения. Пер. И. Боченковой	208
Влияние телерадиовещательной коммуникации. Пер. И. Боченковой	239
Слово и образ на телевидении. Пер. И. Боченковой	245
Телевизионер. Пер. И. Боченковой	251

К определению телевизионной критики. <i>Пер. И. Боченковой</i>	261
Заметки к семиологическим исследованиям телевизионного сообщения. <i>Пер. И. Боченковой</i>	294
Вредят ли зрители телевидению? <i>Пер. Я. Арьковой</i>	304
Эксперимент Вадуц. <i>Пер. И. Боченковой</i>	333
Выслушать обе стороны. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	340
От семиологической герильи к профессиональной коммуникации. <i>Пер. И. Боченковой</i>	346
Может ли телевидение обучать? <i>Пер. И. Боченковой</i>	360
Телевидение: утраченная ясность. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	382
Размножившиеся медиа. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	409
Новая серийность. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	417
Компьютерная поэзия. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	450
Ключ к успеху. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	454
Принарядившийся Коломбо. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	458
Реалити-реклама — это что-то новенькое. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	462
Ночные бдения. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	466
Не покупайте этот виски. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	470
Бонга среди нас. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	474
Власть и слава. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	477
Нет ничего лучше прямого эфира. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	480
Стариковские думы. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	484
В качестве примера. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	488
Микки Маус и затворничество. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	492
Как устроено реалити-шоу. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	495
Один день в мировом суде без телекамер. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	498
Это вам не машина правды. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	501
Новости о будущем новостей. <i>Пер. Я. Арьковой</i>	504
Стоит ли убиваться из-за телевидения? <i>Пер. М. Визеля</i>	508

Судебный процесс по телевидению – покушение на конституцию. <i>Пер. А. Миралобовой</i>	512
Если обвиняемый согласен, кто даст гарантию свидетелю? <i>Пер. А. Миралобовой</i>	516
Сталинская закваска? <i>Пер. М. Визеля</i>	520
На телевидении доказывают не отсутствие вины подсудимого, а незаконность обвинения. <i>Пер. А. Миралобовой</i>	524
«Коррида» Коррадо и настоящая страна. <i>Пер. М. Визеля</i>	528
Деррик, или Страсти посредственности. <i>Пер. М. Визеля</i>	534
Триумф легкой технологии. <i>Пер. А. Ямпальской</i>	538
Воспитать вкус к «прайваси». <i>Пер. А. Миралобовой</i>	542
Два Больших Брата. <i>Пер. И. Боченковой</i>	546
Помахать ручкой. <i>Пер. Е. Степанцовой</i>	550
Вреден ли зритель телевизору? <i>Пер. И. Боченковой</i>	554
Корабли поднимают корму. <i>Пер. И. Боченковой</i>	558
Подследственные и посредственные. <i>Пер. И. Боченковой</i>	563
Время и история. <i>Пер. И. Боченковой</i>	567
Джанфранко Марроне. <i>Эко и телевидение. Пер. И. Боченковой</i> . . .	571
<i>Библиография Умберто Эко</i>	624
<i>Именной указатель</i>	631

Джанфранко Марроне

Вступление

В этой книге собраны сочинения, которые Умберто Эко посвятил телевидению — его языку, формам коммуникации, которое оно использует, технологиям, которые их обеспечивают, образам, которые создает телевидение, его культурным, эстетическим, этическим, воспитательным, а главное — политическим последствиям. Эти работы охватывают большой отрезок времени — с 1956 года, когда в Италии появились первые телепередачи, до 2015 года, когда телевидение по разным причинам уже нельзя было назвать средством массовой информации (как было вначале и как оставалось долгое время) и когда, вероятно, поэтому оно утратило главенствующую роль в строительстве и преобразовании культуры общества. По счастливой случайности или по иронии истории этот отрезок времени совпал с карьерой Эко как ученого и писателя, философа и публициста, специалиста по семиотике, человека из издательского мира и, *least but non last*, сотрудника государственного Итальянского радио и телевидения. Известно, что во второй половине 1950-х годов первым местом работы Эко оказалось

как раз телевидение: находясь внутри структуры *RAI*, будущий семиолог принялся размышлять о многочисленных теоретических и практических антропологических последствиях, которые со своего появления вызывал диковинный говорящий ящик. По сути, Эко размышлял над этим до самого конца или почти до самого конца, когда, с одной стороны, появление разнообразных каналов коммуникации и соответствующих платформ, а с другой — наступление интернета и социальных сетей загнали телевидение в угол — не очень широкий, но до сих пор позволяющий телевидению оставаться действенным и эффективным.

Здесь собраны разные тексты — от собственно научных статей до разбора отдельных передач, персонажей или ситуаций, от злободневных откликов до отчетов об эмпирических исследованиях, от ответов на опросы до журналистских публикаций, а также художественные тексты (назовем их мыслительными экспериментами), которые помогали Эко излагать гипотезы и интерпретации и доказывать их правильность. Эти тексты написаны разными стилями, стили чередовались и менялись со временем в зависимости от потребностей, от обстоятельств публикации и распространения текста. Параллельно сменяли друг друга эпохи истории телевидения, его технологии, его языки: к примеру, переход от Палео-ТВ к Нео-ТВ оказался внезапным и радикальным, он взволновал умы, серьезно изменил правила игры, а вместе с ними способы интерпретации, опорные точки. Впрочем, год за годом основные идеи Эко не менялись, напротив, они становились все прочнее, продуманнее, автор отстаивал их со все большим упорством.

Для Эко телевидение — не столько язык, сколько средство. Постепенное изменение его технологий, как и тех-

нологий, которые используются в смежных (театр, радио, печать) или в соперничающих с ним сферах (кино, интернет), необязательно совпадает с антропологическими изменениями, которое порой переживает само телевидение внутри и снаружи. Отсюда решительный отказ от всякого медийного детерминизма, постоянное обращение к истории и культуре, этике и эстетике. Из этого следует, что пока, с одной стороны, мы наблюдаем окончательный отказ от представления о том, что телевидение служит обществу, и от разумного деления на коммуникативные жанры (их число определяется обещаниями теле вещательной компании удовлетворить ожидания публики), с другой стороны, настойчивая автореференциальность прекрасно сочетается с мифом (весьма наивным, но чрезвычайно жизнеспособным) о том, что телевидение якобы показывает реальность «такой, какая она есть», как можно честнее, что телевидение рассказывает правду без фильтров и без посредников. Между прямым эфиром первых (славных) лет до ТВ-правды и реалити-шоу последних (менее удивительных) лет прослеживается куда большая преемственность, чем можно было бы ожидать: то же стремление к мистификации, то же желание собрать большую аудиторию, бессовестно упирая на якобы реалистическую поэтику, от которой все виды искусства и все направления философии XX века давно отrekliсь. Эко это прекрасно известно, именно это глубоко семиотическое по своей природе убеждение, желание все прояснить, указать на голого короля, подталкивает автора вести постоянную борьбу с медийным популизмом, будь он связан с телевидением или со всемирной паутиной — на первый взгляд, их цели и идеология не совпадают, однако их языки и стратегии формально близки.

Таким образом, настоящий сборник доказывает, что параллельные прямые коммуникативных приключений ТВ и семиотических приключений Эко не раз неизбежно пересекались. Нарушая привычный порядок и смешивая карты, зачастую там, где этого меньше всего ожидаешь (от телевикторин Майка Буонджорно до «Корриды» Коррадо Мантони, от новостей до транслируемых по телевидению судебных процессов, от «Инспектора Деррика» до «Большого Брата»), Эко помогает читателю увидеть одни и те же явления, одни и те же проблемы, одни и те же риски, одни и те же ложные решения. Скажем честно, пути, которыми шло итальянское и не только итальянское телевидение, выбор, который делали его руководители на протяжении напряженных шестидесяти лет, диаметрально противоположны тому, на что надеялся и чего требовал Эко, его советам и пожеланиям — изложенным разным тоном, обращенным к разным противникам, но хранящим верность главному — глубоко политическому духу, отличающему человека, для которого важнее всего *res publica*¹: телевидение могло помочь делать это «общее дело», руководить им, однако оно совершило непростительную ошибку, повело себя как страус, который прячет голову в песок и показывает задницу любопытному и растерянному телезрителю.

Исчерпывающий, документально достоверный перечень трудов Эко еще не составлен, настоящий сборник также не претендует на полноту. В нем в хронологическом порядке собраны работы, которые нам удалось найти за долгие годы (нам помогали многочисленные друзья и коллеги, а однажды, во время посвященной

1 Государство (*лат.*).

Вступление

Умберто Эко встречи в Серизи-ла-Саль, сам автор): некоторые тексты широко известны, они вошли в такие книги, как «Открытое произведение», «Апокалиптики и интегрированные», «Домашний обиход» или «С окраин империи», другие, менее известные, писались на случай (впрочем, некоторые из них вошли в «Картонки Минервы» и в «Заклятие сатаны»), некоторые никогда не переиздавались в сборниках, а сохранились в архивах *RAI*, подшивках газет, узкоспециальных изданиях, профессиональных журналах, материалах семинаров или научных конференций, часть которых вообще не публиковалась.

В силу сказанного выше читатель, вероятно, столкнется не столько с лакунами, сколько с повторами, с развитием одной и той же мысли, с часто поднимаемыми вопросами, с привычными темами — все это отличает автора, который был, безусловно, влюблен в потрясающее средство коммуникации, которое в то же время нередко выводило его из себя. Впрочем, когда в бесчисленных интервью Эко спрашивали, как он проводит вечера, с каким гигантом прошлого он беседует в последние часы уходящего дня, он почти всегда отвечал: с родными, смотрю «Лейтенанта Коломбо» или, в зависимости от эпохи, «Дона Маттео».

Феноменология Майка Буонджорно¹

Человек, окруженный средствами массовой информации, пользуется наибольшим уважением себе подобных: от него требуется не много — стать тем, кем он уже является. Иными словами, у него порождают желания, отобранные на основе наблюдения за тенденциями его поведения. Тем не менее, поскольку одна из наркотических компенсаций, на которую он имеет право, — это бегство в мир снов, обычно ему предъявляют идеалы, к которым подобный человек тяготеет. А чтобы избавить его от всякой ответственности, делают так, чтобы на самом деле эти идеалы были недостижимыми, чтобы тяготение вылилось в проекцию, а не в ряд эффективных действий, изменяющих положение вещей. В общем, от него требуется стать человеком с холодильником и телевизором с экраном 21 дюйм, то есть остаться тем, кто он есть, прибавив к имеющимся у него вещам холодильник и телевизор; зато в качестве идеала ему предлагают

¹ Опубликовано в: Eco U. *Diario minimo*. Milano: Bompiani, 1963. P. 30–36; является частью статьи: Eco U. *Verso una civiltà della visione?*, in *Pirelli. Rivista di informazione e di tecnica*, a. XIV, n. 1, 1961.

Кирка Дугласа или Супермена. Идеал потребителя средств массовой информации — супермен, которым он никогда не попытается стать, но с которым он с удовольствием себя отождествляет в фантазиях, словно примеряя несколько минут перед зеркалом чужой наряд и даже не задумываясь о том, что однажды этот наряд может достаться ему.

Новизна ситуации с телевидением заключается в следующем: телевидение предлагает в качестве идеала, с которым может отождествлять себя телезритель, не *супермена* (*superman*), а *эвримена* (*everyman*) — обычного человека. Телевизионный идеал — человек средний во всех отношениях. В театре Жюльетт Греко выходит на сцену — и сразу рождается миф, создается культ; Жозефина Бейкер порождает ритуалы идолопоклонства и дает свое имя эпохе. По телевидению чарующее лицо Жюльетт Греко появляется неоднократно, но миф не рождается, идол — не она, а телеведущая, а среди ведущих самой любимой и знаменитой станет та, которая воплощает средние качества: не очень красивая, с ограниченным *sex appeal*¹, обладающая сомнительным вкусом и своеобразной обыденной невыразительностью.

Дело в том, что среди количественных показателей среднее значение — это то, что находится посередине, с чем можно сравнить себя, к чему стремится тот, кто его пока не достиг. Согласно известной шутке, статистика — это наука, которая утверждает, что если каждый день один человек съедает двух цыплят, а другой — ни одного, то каждый из них съедает по цыпленку. Так вот, для человека, который остался голодным, съесть полцыпленка каждый день — достойная цель, к ней сто-

1 Сексуальная привлекательность (*англ.*).

ит стремиться. Однако, когда речь идет о качественных явлениях, приравнивание к среднему показателю равнозначно приравниванию к нулю. Человек, наделенный *всеми* нравственными и интеллектуальными добродетелями *в средней степени*, оказывается на низшем уровне эволюции. У Аристотеля «среднее» — это уравновешенность человеческих страстей, опирающаяся на добродетель «благоразумия», которая позволяет «различать». Однако испытывать страсти средней степени и обладать средним благоразумием значит быть жалким образцом человечества.

Самый яркий пример уменьшения *супермена* до *эвримена* связан в Италии с фигурой Майка Буонджорно и историей его успеха¹. Триумф человека, которому поклоняются миллионы, объясняется тем, что в каждом поступке и каждом слове персонажа, которому он дарит жизнь перед телекамерами, просвечивает абсолютная посредственность, соединенная (и это единственная добродетель, которой он обладает в избытке) с непосредственным, спонтанным очарованием. У Майка Буонджорно не чувствуется сценического притворства, ничего сознательно выстроенного, кажется, будто он выдает себя за того, кем он на самом деле является, а тот, кем он является, никогда не вызовет даже у самого неискушенного зрителя чувство неполноценности. Зритель следит за тем, как прославляют и официально объявляют национальным авторитетом воплощение его собственной ограниченности.

1 *Майк Буонджорно* (1924—2009) — популярнейший телеведущий, один из патриархов итальянского телевидения, который в разные годы вел множество развлекательных программ, в основном телевикторины, кавалер ордена «За заслуги перед Итальянской Республикой», а также почетного диплома Миланского университета *IULM*.

Чтобы понять истоки удивительного могущества Майка Буонджорно, необходимо проанализировать его поведение, написать самую настоящую «Феноменологию Майка Буонджорно», в которой под этим именем выступает, разумеется, не живой человек, а созданный им персонаж.

Майка Буонджорно не назовешь исключительно красивым, атлетичным, храбрым, умным. С точки зрения биологии он представляет собой невысокую ступень приспособления к окружающей среде. Истерическая любовь, которой платят ему девочки-подростки, отчасти объясняется материнскими чувствами, которые он способен пробудить у юной девы, отчасти — намеком на образ идеального любовника — покорного и ранимого, нежного и любезного.

Майк Буонджорно не стыдится своего невежества и не испытывает потребности стать образованнее. Соприкасаясь с головокружительными вершинами знаний, он остается девственно чистым и нетронутым, даря утешение тем, кто от природы склонен к апатии и лениности ума. Он тщательно старается не производить впечатления на зрителя, демонстрируя не только собственную неосведомленность, но и очевидное отсутствие намерения что-либо узнать.

Зато Майк Буонджорно искренне и наивно восхищается теми, кто обладает знаниями. Занятно, что, говоря о подобных людях, он подчеркивает механическое прилежание, память, очевидный и простейший метод: чтобы стать образованным, надо прочитать много книг и запомнить все, что в них сказано. У него даже не возникает подозрение, что культура способна играть критическую и творческую роль. Он применяет к культуре чисто количественный критерий. В этом смысле (что-